



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Müşteri İlişkileri Yönetimi	MJF433	7	3 + 0	3,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Muhasebe ve Finans Yönetimi - Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Müşteri ilişkileri alanındaki teorik bilgilerin öğrenilmesi ve müşteriye yönelik stratejiler geliştirme sürecinin kavranarak bu stratejileri analiz edebilme becerisinin geliştirilmesidir.				
Ders İçeriği	Müşteri ilişkilerinde temel kavramlar, veri yönetimi, müşteri kazanma stratejileri, müşteri tutma stratejileri, şikayet yönetimi.				
Ders Veren	Öğr. Gör. Dr. Sevdnur KAPUSUZ				
Ders Kaynakları	Odabaşı, Y. (2015). Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Aura Yayınları. , Gültekin, B. ve Kement, Ü. (2018). Müşteri İlişkileri Yönetimi: Temel Kavramlar ve Uygulamalar, Nobel.				

Hafta	Konu
1	Dersin tanıtımı ve dersle ilgili temel bilgilerin verilmesi
2	Müşteri ilişkilerinde temel kavramlar
3	Müşteri ilişkileri ve İlişkisel Pazarlama
4	Müşteri İlişkileri Yönetimi
5	Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati
6	Müşterilerle İletişim Kurma Süreci ve Stratejileri
7	Müşteri Hizmet Sistemi
8	Müşteriye Değer Yaratma Stratejileri
9	Müşteriyi Kazanma Stratejileri
10	Müşteriyi Elde Tutma Programlarının Geliştirilmesi
11	Müşteri Veri Tabanı
12	Müşteri İlişkilerinin Ölçülmesi
13	Şikayet Yönetimi
14	Şikayet yönetiminde örnek vaka çalışmaları

Program Çıktıları

1	Muhasebe ve finans alanında güncel kuramsal ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
2	Muhasebe bilgilerini stratejik, taktik ve operasyonel boyutlarda kullanabilir ve bu bilgileri örgütsel düzeyde analiz edebilir ve tasarlayabilir.
3	Kamu ve özel sektör iş yaşamının gerektirdiği, hem teorik hem de uygulama bazındaki muhasebe ve finans konularıyla iş yaşamına kolayca adaptasyon sağlar.
4	Bilişim teknolojileri başta olmak üzere, muhasebe ve finans alanındaki çağdaş yöntem ve teknolojilerdeki güncel gelişmeleri izler, bunları etkili bir şekilde kullanabilir ve kendini sürekli yenileme becerisi kazanır
5	Kamu ve özel sektör kuruluşlarındaki alanı ile ilgili süreçleri yerinde inceleyerek uygulama becerisi kazanır
6	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye, yenilikçiliğe her şart altında önem verir ve verileri ilgili doğrultuda toplayabilir.
7	Bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alır, açık fikirli, eleştiriye açık, yapıcı ve özgüven sahibi olur, etkin ve verimli çalışır.
8	İş etiğinin değerlerine uymanın gereğini özümser, muhasebe ve finans alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında her şart altında toplumsal, bilimsel ve etik değerlere sahip olur ve uygular.
9	Liderlik vasıflarını kazanmak ve başarı ile uygulamak
10	Bir yabancı dili kullanarak muhasebe ve finans alanı ile ilgili bilgileri izler ve meslektaşları ile iletişim kurar
11	Yerel, ulusal, uluslararası ve küresel boyutlarda muhasebe ve finans alanındaki hem teorik hem de pratik değişim ve gelişimi izleme becerisi kazanır.
12	Takım çalışmasına uyumlu, inisiyatif sahibi, analitik düşünebilen, yenilik ve değişime açık, girişimci, yaşam boyu öğrenme davranışı kazanır.
13	Alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı bağımsız olarak yürütebilir.
14	Toplumsal Sosyal sorumluluk bilinci ile yaşadığı sosyal çevre için projeler ve etkinlikler düzenleyebilir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14
Müşteri ilişkileri yönetiminin bir pazarlama stratejisi olarak önemi kavranır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Müşteri ilişkileri türleri ve stratejileri tanımlanır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Veri tabanına dayalı pazarlama uygulamaları incelenir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Müşteri şikayetleri ve sadakat programları tanımlanır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-